

Övervakning av det svenska detaljhandelsmonopolet för alkoholdrycker

Rapport till Europeiska kommissionen

December 2023

Konkurrensverket december 2023
Utredare: Cecilia Maxe Aglinder

Innehåll

1	Sammanfattning	4
2	Konkurrensverkets uppdrag	6
2.1	Uppdraget	6
2.2	Genomförande	6
3	Systembolaget	8
3.1	Övergripande sortimentsindelning	8
3.2	Inköpsprocesserna för fast sortiment och beställningssortiment	12
3.3	Lokalt Efterfrågat Sortiment m.m.	15
3.4	Butiksmodellen	21
3.5	Hemleveranser, privatimportservice, beställningstjänster.....	21
3.6	Finansieringsmodellen	22
3.7	Affärssystem	23
3.8	Hållbarhetsarbete	23
4	Klagomål och synpunkter på Systembolaget, ärenden i Alkoholsortimentsnämnden m.m.	30
4.1	Klagomål till Konkurrensverket.....	30
4.2	Alkoholsortimentsnämnden	31
5	Gårdsförsäljning och privat e-handel	32
5.1	Gårdsförsäljning	32
5.2	Privat e-handel.....	32
6	Alkoholkonsumtionen i Sverige	35
6.1	CAN:s rapportering	35

1 Sammanfattning

Systembolaget fortsätter att bedriva sitt hållbarhetsarbete, exempelvis genom att kartlägga efterlevnaden av krav kopplade till miljö och mänskliga rättigheter i leverantörskedjan. Dessa krav innebär bland annat att leverantörer ska upprätta mål och handlingsplaner för att minska sin negativa miljöpåverkan samt föra en aktiv dialog med producentledet kring frågor som rör miljöpåverkan i odling och produktion.

Konkurrensverket har ställt frågor till Systembolaget om tilläggsbudskapet "Hållbart Val", som började tillämpas av Systembolaget i mars 2022 och bytte namn till "Våra mest hållbara drycker" i juni 2023. Tidigare har detta tilläggsbudskap varit möjligt att få endast för artiklar i det fasta sortimentet. Från och med sortimentsskiftet i september 2023 är det dock möjligt även för artiklar i beställningssortimentet och det tillfälliga sortimentet att få det.

Med anledning av ett tidigare klagomål angående att det i Systembolagets onlinebutik inte var möjligt att söka på druvsort bland artiklar i beställningssortimentet, har Konkurrensverket ställt frågor till Systembolaget. Systembolaget har därefter öppnat upp möjligheten för artiklar i beställningssortimentet att ingå i druvsök på Systembolagets webbplats och i Systembolagets app.

Konkurrensverket har tidigare rapporterat om Systembolagets tvist med e-handelsföretagen Winefinder respektive Vivino vilka bedriver försäljning on-line med leverans av alkoholdrycker till konsumenter i Sverige. I en dom 2022 slog Patent- och Marknadsöverdomstolen (PMÖD) fast att Winefinders försäljning on-line med leverans till kunder i Sverige inte utgör detaljhandel i Sverige, utan försäljning i Danmark. PMÖD fann att det inte var visat att Winefinders försäljning i Sverige stod i strid med alkohollagen. Systembolaget överklagade domen och beviljades prövningstillstånd av Högsta domstolen (HD) som fastställde PMÖDs domslut. Efter HDs avgörande har Systembolaget återkallat sin talan mot Vivino vilken gällde huvudsakligen samma fråga. I media har HDs dom gett upphov till frågor om eventuellt behov av förtydligad lagstiftning kring gränsöverskridande distanshandel med alkoholdrycker och om hur tillsynen ska hanteras i framtiden. Synpunkter har framförts avseende att lagstiftaren måste bedöma om ytterligare åtgärder krävs för att upprätthålla syftet med det svenska alkoholmonopolet. Samtidigt har synpunkter framförts om att domen inte kommer att innebära något hot mot Systembolagets existens.

I december 2021 presenterade Gårdsförsäljningsutredningen sitt förslag. Sammanfattningsvis föreslog utredningen att gårdsförsäljning av alkoholdrycker ska tillåtas under vissa förutsättningar. Regeringen arbetar med ett lagförslag för att möjliggöra gårdsförsäljning, vilket kommer att innehålla begränsningar som man anser är nödvändiga för att detaljhandelsmonopolet ska kunna upprätthållas. Innan en lagändring kan ske ska förslaget anmälas hos EU-kommissionen.

Med anledning av Rysslands invasion av Ukraina fattade Systembolaget i februari 2022 beslut om att omedelbart och tillsvidare stoppa försäljningen av samtliga ryska artiklar i Systembolagets sortiment, och om att ställa in samtliga planerade lanseringar av ryska artiklar. Beslutet gäller alljämt. Inga klagomål har inkommit till Konkurrensverket med anledning av detta.

2 Konkurrensverkets uppdrag

2.1 Uppdraget

I samband med förhandlingarna om svenskt medlemskap i EU behandlades frågan om det svenska detaljhandelsmonopolet för alkoholdrycker – Systembolaget Aktiebolag (hädanefter Systembolaget). För att Sverige skulle få behålla monopolet ansåg Europeiska kommissionen (hädanefter kommissionen) att alla effekter av monopolet som är diskriminerande mellan nationella (svenska) och importerade varor måste avlägsnas. Vid protokollförda samtal mellan företrädare för den svenska regeringen och berörda tjänstegrenar inom kommissionen angavs vissa förutsättningar för att detaljhandelsmonopolet skulle anses fungera på ett icke-diskriminerande sätt. Av mötesprotokollet framgår att med icke-diskriminerande avses följande:

- Inköps- och försäljningsvillkor för alkoholdrycker ska vara objektiva.
- Villkoren ska tillämpas likvärdigt på medborgare och produkter i gemenskapen.
- Villkoren ska vara transparenta.

I enlighet med överenskommelsen vid Sveriges anslutning till EU ska Konkurrensverket övervaka detaljhandelsmonopolet vad gäller dess icke-diskriminerande funktionssätt och rapportera till kommissionen två gånger om året. Uppdraget finns även inskrivet i regeringens instruktion till Konkurrensverket.¹ Konkurrensverket har utfört uppdraget sedan 1995.

2.2 Genomförande

Konkurrensverkets uppdrag innebär att olika faktorer i Systembolagets verksamhet som kan ha betydelse för bedömningen av detaljhandelsmonopolets nuvarande och fortsatta icke-diskriminerande funktionssätt redovisas. I uppdraget ingår också att redogöra för åtgärder som har vidtagits eller avses att vidtas av Systembolaget och andra aktörer på marknaden och som kan ha betydelse för det icke-diskriminerande funktionssättet. Konkurrensverket redogör således i sina rapporter till kommissionen för Systembolagets sortimentsmodell och finansieringsmodell samt förändringar som Systembolaget gör i dessa. Rapporterna innehåller även information om andra åtgärder som vidtas av Systembolaget vilka kan ha betydelse för det icke-diskriminerande funktionssättet.

Konkurrensverket rapporterar också om Alkoholsortimentsnämndens ärenden och om eventuella klagomål relaterade till Systembolaget som inkommit till Konkurrensverket. Vidare redogör Konkurrensverket för utredningar på alkoholområdet

¹ 4 § förordningen (2007:1117) med instruktion för Konkurrensverket. Sveriges överenskommelse med EU-kommissionen framgår av prop. 1993/94:136 bilaga 3.

och om ändringar i den lagstiftning som rör alkoholdrycker samt om relevanta rättsfall. Rapporterna innehåller även statistik över försäljningen och konsumtionen av alkoholdrycker i Sverige. Statistik tas fram av Centralförbundet för Alkohol- och Narkotikaupplysning (CAN)² samt av Systembolaget.

Den nu aktuella rapporten inleds med beskrivningar av Systembolagets sortimentsmodell och inköpsprocesser samt statistik rörande bl.a. försäljning. Rapporten innehåller vidare bl.a. en uppdaterad redogörelse gällande Systembolagets hållbarhetsarbete och de rättsprocesser rörande e-handel med alkoholdrycker som Systembolaget drivit. Avslutningsvis presenteras statistik från CAN över alkoholkonsumtionen 2022.

Under arbetet med rapporten har Konkurrensverket ställt frågor till och inhämtat material från Systembolaget, CAN och Alkoholsortimentsnämnden. Berörda branschorganisationer för leverantörer till Systembolaget har erbjudits möjlighet att komma med synpunkter på Systembolagets funktionssätt eller ta upp andra frågor av intresse i detta sammanhang.

Systembolaget har beretts möjlighet att lämna synpunkter i anslutning till rapportens färdigställande.

² År 2013 fick CAN i uppdrag av Socialdepartementet att ansvara för de s.k. Monitormätningarna som pågått kontinuerligt sedan 2000 och som tidigare sköttes av SoRAD (Centrum för socialvetenskaplig alkohol- och drogforskning vid Stockholms universitet). IPSOS har fått i uppdrag att administrera datainsamlingen, medan intervjuerna genomförs av Norstat i Linköping.

3 Systembolaget

3.1 Övergripande sortimentsindelning

Systembolagets sortiment består på ett övergripande plan av ett *fast sortiment*, ett *beställningssortiment* och ett *tillfälligt sortiment*.

Det *fasta sortimentet* består av cirka 2 800 artiklar och stod för cirka 90,9 procent av Systembolagets totala försäljning under perioden januari–september 2023. Systembolagsbutikernas storlek och kundernas efterfrågan avgör vilka artiklar som finns i olika butiker. Den garanterade listningstiden för nyheter i det fasta sortimentet är nio månader (tolv månader för ekologiska och/eller etiska artiklar). Utvärdering (poängberäkning och ranking) av artiklar i det fasta sortimentet sker två gånger per år, på basis av försäljningen under mars–augusti respektive september–februari. Artiklarna utvärderas efter den försäljning de genererar totalt sett, och för att kompensera artiklar som inte lagerförs på alla butiker viktas varje på butik lagerförd artikels bidrag. Syftet är att skapa en rättvis bedömning av artiklarnas prestation.

Under januari–september 2023 ströks 12 artiklar från det fasta sortimentet. Orsaken var att artiklarna inte klarade sig kvar i sortimentet p.g.a. för låg försäljning under poängberäkningsperioden. Leverantören valde att inte låta artiklarna övergå till beställningssortimentet, utan slutanmälde dem i stället.

Beställningssortimentet, som stod för cirka 4,3 procent av Systembolagets totala försäljning under januari–september 2023, utgörs av nära 15 800 artiklar som Systembolaget säljer men som Systembolaget inte provar, kvalitetssäkrar eller beskriver. Dessa artiklar finns vanligtvis inte i Systembolagsbutikerna men går att beställa där eller på Systembolagets webbplats.³ Under januari–september 2023 listades 4 068 nya artiklar i beställningssortimentet. Vid listning av en artikel i beställningssortimentet ska leverantören välja om denne önskar att artikeln ska delta i poängberäkning och ranking för eventuellt sortimentsbyte till det fasta sortimentet. En uppflyttning från beställningssortimentet till det fasta sortimentet ger omedelbar plats i butik. Under januari–september 2023 kvalificerade sig 295 artiklar från beställningssortimentet till det fasta sortimentet.

Artiklar i beställningssortimentet kan även komma att lagerföras på enskilda Systembolagsbutiker som en del av *Lokalt Efterfrågat Sortiment* eller kvalificera sig för sortimentsbyte till *Tillfälligt Sortiment Säsong* (se avsnitt 3.3 nedan). Det finns också möjlighet för enskilda Systembolagsbutiker att lagerföra artiklar ur beställningssortimentet som *Butikens Val* (se avsnitt 3.3 nedan).

³ Vissa leverantörer sätter begränsningar när det gäller till vilka län de levererar. Den 30 september 2023 fanns 805 artiklar från beställningssortimentet lagerförda i sammanlagt 448 Systembolagsbutiker.

En artikel kan avlistas från beställningssortimentet i tre fall:

- på leverantörens initiativ, förutsatt att leverantörsbyte av den aktuella artikeln inte skett eller är pågående.
- då Systembolaget köper in en artikel som är listad i beställningssortimentet till det fasta sortimentet eller det tillfälliga sortimentet (artikeln får inte finnas i två sortiment).
- om det föreligger leveranshinder eller dröjsmål som inte är övergående. Om dröjsmålet inte är väsentligt, förutsätter avlistning att artikeln varit slutanmäld i minst tre månader.

Artiklar i beställningssortimentet, vars leverantörer valt begränsningar i distributionen, är inte föremål för poängberäkning och ranking. Sådana artiklar kan alltså inte kvalificera sig till det fasta sortimentet.

I det *tillfälliga sortimentet* finns artiklar som lanseras under en begränsad period eller i en begränsad volym. Systembolaget köper in, kvalitetssäkrar och beskriver dessa artiklar, och säljer dem i begränsat antal eller under begränsad tid. Cirka 400 artiklar lanseras i det tillfälliga sortimentet varje månad i snitt. En del av dem lanseras endast via Systembolagets webbplats. Den 30 september 2023 fanns cirka 4 000 artiklar i det tillfälliga sortimentet. Av Systembolagets totala försäljning under januari–september 2023 stod det tillfälliga sortimentet för cirka 4,0 procent.

Under januari–september 2023 uppgick Systembolagets totala försäljning till cirka 35,1 miljarder kronor (inklusive moms). Försäljningen fördelade sig på olika sortiment enligt följande.⁴

Sortiment	Försäljning (tkr)	Andel
Fast sortiment	31 876 572	90,9%
Tillfälligt sortiment	1 414 062	4,0%
varav TSLS	341 340	1,0%
Beställningssortiment	1 520 727	4,3%
Privatimportservice	74 541	0,2%
Torra varor	198 390	0,6%
Summa	35 084 293	100%

Källa: Systembolaget.

⁴ Att andelssiffrorna inte summerar till exakt 100 procent beror på avrundningar.

Den 30 september 2023 var antalet listade artiklar i respektive sortiment följande.

Sortiment	Antal	Andel
Fast sortiment	2 797	12%
Tillfälligt sortiment	3 994	18%
Beställningssortiment	15 774	70%
Summa	22 565	100%

Källa: Systembolaget.

Systembolagets totala försäljning under januari–september 2023 fördelade sig på olika produktkategorier enligt följande.

Varugrupp	Försäljning (tkr)	Andel
Brännvin	1 583 174	4,5%
Övrig sprit	5 596 051	16,0%
Starkvin	205 750	0,6%
Vin exkl. starkvin	17 326 696	49,4%
Starköl	8 766 753	25%
Cider, blanddryck	1 224 543	3,5%
Alkoholfritt	182 937	0,5%
Torra varor/ospec.	198 390	0,6%
Summa	35 084 293	100%

Källa: Systembolaget.

Alla leverantörer får en veckovis preliminär ranking via *Leverantörsportalen* där de kan följa sina artiklars prestationer jämfört med andra i samma segment.⁵ Leverantörerna kan endast se sina egna artiklars namn i *Leverantörsportalen*. För övriga artiklar visas bara poäng. Systembolaget erbjuder dock intresserade leverantörer möjligheten att köpa historisk försäljningsdata avseende som tidigast föregående försäljningsmånad. Den historiska försäljningsdatan visar försäljningen av samtliga artiklar.

Synpunkter till Systembolaget

Systembolaget har mottagit klagomål från leverantörer kring hur Systembolaget delar in segment i olika prisintervall samt, från en leverantör, klagomål kring hur Systembolaget fördelar positioner mellan de olika prissegmenten. Systembolaget har svarat leverantörerna sammanfattningsvis enligt följande.

Orsaken till att Systembolaget segmenterar sortimentet är att man vill kunna säkerställa en relevant bredd av artiklar. Med segmenteringen säkerställs ett erbjudande som omfattar flera olika produktgrupper och prislägen.

⁵ Leverantörsportalen är ett forum för Systembolagets leverantörer, där de kan få information om bl.a. ranking av egna och andras artiklar.

Inom vin segmenteras varje kategori i olika prissegment. Detta eftersom vin har en mycket bred prisbild, och kundefterfrågan varierar mycket beroende på prisläge. Gränserna mellan segmenten sätts utifrån kundernas upplevelse av pris, i syfte att försöka säkerställa att artiklar som konkurrerar med varandra om en specifik kund i största möjliga mån återfinns i samma segment.

Inom "bag-in-box 3 liter", som är den vanligaste storleken på bag-in-box, delas segmenten idag in i "0-199 kr", "200-299 kr" och "300+ kr". Inflation och skatthöjningar har resulterat i att segmentet med det lägsta prisintervallet blivit allt mindre (färre artiklar) eftersom ett antal artiklar ökat i pris och därmed bytt segment. När artiklar byter segment ser ansvarig kategorichef på Systembolaget över antalet positioner per segment, i syfte att säkerställa att konkurrenssituationen inte ska skilja sig alltför mycket mellan segmenten. Det är viktigt att notera att den totala försäljningen i ett segment inte behöver ha någon betydelse för antalet positioner i segmentet. Om ett segment t.ex. domineras av en eller ett fåtal artiklar flyttas positioner bara om någon av de tongivande artiklarna byter segment. Försäljningsutvecklingen per segment styr alltså inte nödvändigtvis hur positionerna fördelas.

Det kategoricheferna granskar för att kunna fatta beslut om fördelningen av artiklar mellan två segment är hur mycket den sista artikeln i rankingen som får distribution har sålt. Här behöver det finnas en balans mellan segmenten för att kunna säkerställa att det är kundefterfrågan, inte prissättningstaktik, som avgör vilka artiklar som får plats i det fasta sortimentet. Därutöver behöver man för balansen ta hänsyn till frågor som urval och priskänslighet bland kunderna. Ett segment där det finns en naturligt stor bredd av smaktyper och ursprung kan därför få fler positioner än ett segment där alla artiklar i princip möter samma kundbehov. Normalt sett ska också segment i högre prislägen ha lägre poängkrav för den sista positionen eftersom högre priser brukar påverka försäljningsvolymen påtagligt.

Arbetet med att bedöma och fördela positioner är relativt komplext. Då bedömningen baseras på en prognosticerad försäljningsutveckling är processen förenad med ett visst mått av osäkerhet. En perfekt balans är således inte möjlig att uppnå men de skillnader mellan segmenten som föreligger idag bedömer Systembolaget som välbalanserade.

Systembolaget avser att ändra segmentsgränserna för boxar per den 1 mars 2024 genom en ändring i de allmänna inkösvillkoren. Det kommer även fortsättningsvis att finnas två segment under 300 kronor för 3-litersboxarna, men gränsen kommer inte att vara vid 199 kronor utan vid andra brytpunkter där Systembolaget kan se en förändring i försäljningskurvan. De exakta gränserna kommunicerades till alla leverantörer den 30 november 2023 i samband med att inkösvillkorsändringarna publicerades.

3.2 Inköpsprocesserna för fast sortiment och beställningssortiment

Konkurrensverket har i tidigare rapporter till kommissionen, bl.a. i december 2021, redogjort för hur man går tillväga för att bli leverantör till Systembolaget. Nedan redogörs för Systembolagets inköpsprocesser till olika sortiment.

Inköp till det fasta sortimentet

Systembolagets inköp av artiklar till det fasta sortimentet börjar med en omvärldsanalys där Systembolaget undersöker kundernas intressen, internationella trender, restaurangförsäljning m.m. Systembolaget besöker också mässor och pratar med leverantörer för att ta reda på vilka artiklar som finns tillgängliga och vad som efterfrågas för tillfället.

När Systembolaget skapat sig en bild av vad kunderna önskar ska finnas i sortimentet görs en lanseringsplan där det beskrivs vad Systembolaget önskar köpa in under den närmaste tiden. Nästa steg är att Systembolaget specifikt ber om offerter för olika artiklar. I en offertförfrågan anger Systembolaget vilket ursprung den efterfrågade artikeln ska ha, önskad smak på artikeln, vilket prisintervall den ska ligga i, vilken alkoholhalt den ska ha och vilken förpackning den ska komma i. Leverantörerna kan sedan börja förbereda sig för att skicka in offerter inklusive varuprover.

När leverantörer kommit in med offerter granskas dessa av Systembolaget. Granskningen avgör vilka offerter som avvisas utan provning och vilka som det beställs offertprov av. Efter att efterfrågade varuprover inkommit till Systembolaget sker ett omfattande arbete med att testa dessa. Systembolaget jämför alla drycker mot de parametrar som sattes upp i offertförfrågan. Urvalet sker genom blindtester där de personer som provar dryckerna inte har någon information om artiklarnas varumärke, leverantör eller producent. Vanligtvis provas 20–30 drycker i en provning men bara en artikel köps in. Systembolaget gör cirka 260 lanseringar per år.

Innan dryckerna når hyllorna i Systembolagsbutikerna görs en kvalitetskontroll av doft och smak, och även en kemisk analys i Systembolagets eget laboratorium, för att säkerställa att den levererade drycken är densamma som det varuprov som vann offertförfrågan. Tre månader efter varje lansering hämtar Systembolaget dessutom provflaskor från sina butiker för att säkerställa att kvalitet och stil inte har förändrats.

Inköp till beställningssortimentet

En leverantör kan via Leverantörsportalen offerera sin artikel på Systembolagets stående offertförfrågan för listning i beställningssortimentet, vilken är öppen för alla produkter som uppfyller gällande lagkrav. En offertförfrågan är giltig en månad i taget, och skulle en leverantör inte hinna offerera på en förfrågan, öppnas en ny förfrågan dagen efter det att den tidigare har stängts.

I sitt offert svar behöver leverantören ange sedvanlig artikelinformation såsom produkt namn, pris, ursprungsland, varuslag, alkoholhalt, produktens streckkod osv. Sådana lämnade uppgifter behöver alltså inte svara mot några specifikt efterfrågade

artikelkrav på det sätt som uppställs för enskilda offertförfrågningar för inköp till det fasta sortimentet.

För inkommen offert görs en formell granskning för att kontrollera att offerten är rätt ifylld och att erforderliga dokument är bifogade. Är så inte fallet avvisas offerten och leverantören får inkomma med en ny, korrekt offert. Inlämnade märkningsprov kontrolleras stickprovsvis för att säkerställa att gällande krav på etikett- och förpackningsutformning samt livsmedelsinformation är uppfyllda. Innehåller märkningsprovet brister ombeds leverantören att korrigera dessa för att möjliggöra listning. För offererade artiklar till beställningssortimentet sker inte någon konkurrensmässig bedömning eller offertprovning.

Om offerten godkänns träffas ett avtal mellan Systembolaget och leverantören avseende den offererade produkten, genom att en inköpsorder skickas för leverantörens godkännande via Leverantörsportalen, och en artikel skapas i Systembolagets affärssystem. Senast nio dagar före säljstart behöver leverantören se till att Systembolaget erhåller artikelinformation (inbegripet eventuella allergenuppgifter) via Validoo.⁶ Via en tjänst hos Validoo har leverantören även möjlighet att på egen bekostnad tillse att Systembolaget erhåller en produktbild för publicering i on-line-butiken. Senast dagen före säljstart ska artikeln vara beställningsbar för kunder.

I regel sker avrop för en artikel i beställningssortimentet i samband med att en kund lägger en beställning på artikeln. Därför lagerförs som huvudregel sådana artiklar hos leverantören. Systembolaget köper in varor med transportkostnaden inräknad till den beställande butiken. Leverantören behöver därför ta ställning till vilken distributionslösning som passar denne bäst; egen distribution eller anlåtande av tredjepartsdistributör.

Verktyg för att upptäcka stödköp

Systembolaget har en rad verktyg för att förebygga och upptäcka stödköp. Dels framgår det i Systembolagets inköpsvillkor att leverantörer inte får köpa sina egna artiklar (olika exempel anges), och dels informerar Systembolaget på Leverantörsportalen och leverantörsträffar om detta. Vidare har Systembolaget ett automatiserat "storköpsfilter" som larmar när det förekommer försäljningsmönster som avviker från det normala, och en efterföljande analysprocess. Om Systembolaget i den efterföljande analysen upptäcker avvikande köpmönster tar Systembolaget kontakt med den aktuella leverantören för att få en förklaring. Systembolaget har en analysenhet som ständigt arbetar med denna typ av frågor. Enligt Systembolaget kan det emellanåt vara svårt att avgöra om enskilda privatpersoners köp av en artikel utgör stödköp av sådan artikel när det samtidigt pågår en marknadsföringskampanj för artikeln (vilken är förenlig med gällande marknadsföringsrättsliga regler) som kan tänkas generera faktisk kundefterfrågan. Vid konstaterade stödköp vidtas åtgärder i enlighet med inköpsvillkoren, vilket inbegriper att Systembolaget bortser från en

⁶ Validoo är ett varumärke under vilket GS1 Sweden AB erbjuder tjänster vilka baseras på standarder från GS1, t.ex. delning av artikelinformation.

del av eller all försäljning av den aktuella artikeln i utvärderings- och rankingprocessen.

Försäljningsstopp för ryska artiklar

Den 28 februari 2022 beslutade Systembolaget om ett tillfälligt försäljningsstopp av artiklar från Ryssland vilket gäller fortfarande. Bakgrunden var Rysslands invasion av Ukraina. Sju leverantörer berördes av säljstoppet. Sex av dessa visade förståelse för Systembolagets beslut, men en leverantör motsatte sig att dennes artiklar för tillfället inte kan säljas genom Systembolaget p.g.a. det tillfälliga säljstoppet. Leverantören stämde sedermera Systembolaget i en fastställelsetalan i Stockholms tingsrätt, som avvisades av tingsrätten. Leverantören överklagade tingsrättens beslut till hovrätten som fastställde tingsrättens beslut. Leverantören har överklagat och begärt prövningstillstånd hos Högsta domstolen.

Som ett svar på Rysslands invasion av Ukraina införde FN och EU omfattande sanktioner mot ett stort antal ryska medborgare och organisationer. Skyldigheten att säkra efterlevnad av sanktioner gäller såväl sanktioner mot ryska intressen som sanktioner mot andra länder, intressen och individer. Som en del i Systembolagets arbete med säkerställande av lagefterlevnad har frågeformulär med frågor kopplade till leverantörskedjan skickats ut till samtliga leverantörer av de artiklar som finns i Systembolagets sortiment. Sammanfattningsvis har Systembolaget, vid analys av leverantörernas svar, inte kunnat identifiera några överträdelser av internationella sanktioner.

Konkurrensverket har inte mottagit några klagomål beträffande Systembolagets säljstopp av artiklar från Ryssland.

Synpunkter till Systembolaget

Systembolaget har mottagit ett klagomål från en leverantör rörande att Systembolaget inte tillhandahåller s.k. full produktinformation⁷ för artiklar i beställningssortimentet på Systembolagets webbplats. I detta specifika fall begärde leverantören att Systembolaget, under rubriken "Producent" i en artikels produktinformation, skulle skriva ut att de eteriska oljorna i produkten flyter överst i flaskan. Orsaken till leverantörens begäran var att leverantören mottagit frågor från kunder samt ett antal returer.

Leverantörer av artiklar i beställningssortimentet har möjlighet att till Systembolaget ange att information om artiklarnas råvaror, sockerhalt och årgång ska visas på Systembolagets webbplats. Om leverantören har angett druvsort hämtas den uppgiften från offerten på Leverantörsportalen. Sockerhalten är en uppgift som anges i Validoo och som Systembolaget visar för artiklar i beställningssortimentet om den finns registrerad. Årgång/årgångsbyte meddelas av leverantör till Systembolaget som då lägger till/ändrar informationen på artikelns produktsida. Information om allergener är obligatorisk livsmedelsinformation som Systembolaget enligt lag är

⁷ Detta kan, utöver obligatorisk information om t.ex. innehåll och producent, vara information om en artikels historik samt kuriosas.

skyldigt att tillhandahålla för alla artiklar, även on-line. Detsamma gäller information om leverantör och producent, det är uppgifter som krävs för att skapa en artikel i affärssystemet och finns för alla artiklar. Information om en artikels klimatavtryck utgår från genomsnittliga koldioxidutsläpp för olika förpackningar, och inkluderar alla artiklar. Vidare anges på Systembolagets webbplats att artiklar i beställningssortimentet finns i lager hos leverantör (inte hos Systembolaget) men att de kan finnas i Systembolagsbutiker vid lokal efterfrågan. Eftersom artiklar i beställningssortimentet inte är provade av Systembolaget visas inga smakbeskrivningar.

Systembolaget har svarat den aktuella leverantören att man inte anser det vara proportionerligt och affärsmässigt motiverat att beskriva samtliga artiklar i beställningssortimentet på samma sätt som man gör med artiklar i det fasta sortimentet. I det fasta sortimentet finns cirka 2 800 artiklar och i beställningssortimentet cirka 15 800 artiklar. Det fasta sortimentet står för 94 procent av Systembolagets sålda volym medan beställningssortimentet står för 3 procent. Utifrån den begränsande kundnyttan i förhållande till de kraftigt ökade resurser som skulle krävas för att tillhandahålla s.k. full produktbeskrivning i beställningssortimentet på respektive artikels produktkort på Systembolagets webbplats, har Systembolaget beslutat att inte göra detta. Systembolaget anför att leverantören i det aktuella fallet har möjlighet att på förpackningens etikett tillhandahålla information om oljorna i produkten.

3.3 Lokalt Efterfrågat Sortiment m.m.

Lokalt Efterfrågat Sortiment

Utöver de artiklar i det fasta sortimentet och det tillfälliga sortimentet som varje butik lagerför och som utgör den centralt tilldelade sortimentsmixen, finns även för enskild butik anpassat *Lokalt Efterfrågat Sortiment*. Detta kan bestå av artiklar ur det fasta sortimentet, det tillfälliga sortimentet och/eller beställningssortimentet. Förutsett att Systembolaget kan konstatera att det finns en dokumenterad lokal kundefterfrågan på en artikel i det fasta eller det tillfälliga sortimentet kan artikeln lagerföras i butik som en del av det lokalt efterfrågade sortimentet. Vad gäller artiklar i beställningssortimentet är huvudregeln att sådana lagerförs hos leverantör men som ett undantag från denna princip kan artiklarna, vid dokumenterad kundefterfrågan, lagerföras i butik. Antalet artiklar som ingår i det lokalt efterfrågade sortimentet kan variera mellan olika butiker och begränsas ytterst av tillgängligt hyllutrymme.

Under januari–september 2023 genererades 71,0 procent av försäljningen i *Lokalt Efterfrågat Sortiment* av artiklar ur det fasta sortimentet, medan 28,0 procent kom från beställningssortimentet och 0,4 procent från det tillfälliga sortimentet.

Systembolaget följer centralt upp alla butikers försäljning och kundförfrågningar av artiklar som inte finns i respektive butiks sortimentsmix. Alla beställningar (via bu-

tik eller internet) som leder till köp fångas upp i Systembolagets systemstöd och redovisas per butik. Muntliga förfrågningar som inte leder till köp registreras på artikelnivå i butikernas kundservicesystem av personalen och tas med i beräkningen av vilka artiklar som bör lagerföras på den enskilda butiken utan att kunden behöver fylla i något formulär. Om en artikel visar sig ha en kundefterfrågan som motiverar lagerföring lagerförs den på aktuell butik, oavsett sin sortimentstillhörighet.

Utvärdering av vilka artiklar som ska fasa in i det lokalt efterfrågade sortimentet i butik görs en gång i månaden. Systembolaget har i många butiker ett stort inflöde av nya artiklar genom det lokalt efterfrågade sortimentet, och strävar efter att stabilisera inflödet i butikerna. En översyn av tidsgränserna för infasning görs av ansvarig sortimentschef varje kvartal. I syfte att bidra till större bredd i butikernas sortiment har Systembolaget infört rutiner som innebär att utvärderingen ska säkra att en fördelning finns mellan produkter i lägre och högre prislägen. Utvärderingen görs inför sortimentsskiftena den 1 mars och den 1 september, precis som för det fasta sortimentet och beställningssortimentet.⁸

Av Systembolagets inköpsvillkor framgår att en artikel som kvalificerar sig för lagerföring som en del i en butiks lokalt efterfrågade sortiment ska motsvara den dokumenterade lokala efterfrågan som motiverat kvalificeringen. En viss skillnad såvitt avser artikelns egenskaper kan accepteras, om den bedöms vara av mindre vikt för fortsatt kundefterfrågan. Vad gäller prisändringar har artikeln kvalificerat sig med ett visst pris, dvs. med en viss dokumenterad efterfrågan utifrån just detta pris. Priset får inte utan Systembolagets skriftliga godkännande höjas med mer än vad som ryms inom normal prisutveckling för liknande produkter. Detta är samma krav som gäller vid återinköp av artiklar i *Tillfälligt Sortiment Säsong (TSS)*, *Tillfälligt Sortiment Volym (TSV)* och *Tillfälligt Sortiment Tid (TST)*.

Under januari–september 2023 utgjorde försäljningen i *Lokalt Efterfrågat Sortiment* 7,7 procent av Systembolagsbutikernas totala försäljning. Det totala antalet lokalt efterfrågade artiklar den 30 september 2023 var 2 206. Då hade en Systembolagsbutik i snitt 88 lokalt efterfrågade artiklar.

Butikens val

Enskilda Systembolagsbutiker har möjlighet att själva besluta om att lägga till, som huvudregel, maximalt 20 artiklar i butikens sortiment. Denna möjlighet, som kallas *Butikens val*, har införts för att butiker ska kunna tillgodose ett särskilt lokalt identifierat behov och låta det utgöra ett komplement till det centralt styrda lokala sortimentet. Exempel på artiklar som kan bli föremål för *Butikens val* är nischade artiklar såsom kosher, artiklar med lokal prägel, festivalartiklar, artiklar att använda som stöd i rådgivning (t.ex. om alkohol och hälsa), glutenfria artiklar eller lågalkoholartiklar samt artiklar för mat- och dryckesrekommendationer, t.ex. viner av viss smaktyp eller viss druva.

⁸ Detta gäller med undantag för artiklar som varit föremål för initial poängberäkning och ranking med efterföljande avtalstid om tre månader som inleddes den 1 juni eller den 1 december 2019.

Artiklar i det fasta och det tillfälliga sortimentet är tillgängliga för *Butikens val*. I undantagsfall och efter särskilt godkännande från Systembolagets inköpsavdelning kan även artiklar i beställningssortimentet väljas. Artiklar i *Butikens val* kan läggas till och tas bort när som helst. En artikel med kortvarig lokal efterfrågan kan således finnas i en butik under en mycket kort period.

Under januari–september 2023 genererades 93,6 procent av försäljningen i *Butikens val* av artiklar ur det fasta sortimentet, medan beställningssortimentet stod för 3,3 procent och det tillfälliga sortimentet för 3,1 procent.

Utvärdering och nollställning av en butiks samtliga artiklar i *Butikens val* sker centralt fyra gånger per år, precis som för det centralt styrda lokala sortimentet. Detta sker inför sortimentsskifte i butikerna och syftar till att ge de mest säljande valda artiklarna fortsatt plats på varje enskild butiks hylla. Utrymmet för artiklar i *Butikens val* är olika för olika butiker, och utvärderingen är butiksunik både avseende vilka artiklar som ska stanna kvar samt i vilken mängd de ska finnas. De artiklar som inte har tillräckligt hög efterfrågan kommer inte längre att lagerstyras till butik. Butiken behöver då fatta nya beslut om vilka artiklar den anser sig behöva för att tillgodose kundernas efterfrågan.

Artiklar i *Butikens val* stod under januari–september 2023 för 1,0 procent av Systembolagsbutikernas totala försäljning. Den 30 september 2023 fanns totalt 2 364 artiklar som *Butikens val*.

Den 30 september 2023 hade en Systembolagsbutik i snitt 25 artiklar som *Butikens val*.⁹

Tillfälligt Sortiment Lokalt och Småskaligt (TSLS)

Då Systembolaget noterat att kundefterfrågan på lokalt och småskaligt producerad öl, vin och sprit ökat införde Systembolaget 2014 ett särskilt inköpsförfarande/sortiment som benämns *Tillfälligt Sortiment Lokalt och Småskaligt* (TSLS).

För att komma i fråga för inköp som TSLS-artikel krävs att artikeln har en tydlig lokal anknytning, produceras inom ett avstånd om högst femton mil från den/de butiker som artikeln köps in till, och är att anse som småskalig vilket betyder att den är hantverksmässigt producerad¹⁰ och att den årliga produktionsvolymen för artikeln understiger vissa specificerade nivåer (olika för olika kategorier). Artikeln ska dessutom uppfylla minst ett av följande kriterier:

⁹ Anledningen till att snittet är högre än 20 artiklar beror på att vissa butiker fått ett utökad antal artiklar p.g.a. speciella köpmönster vilket försvårar central styrning av sortimentet. Det handlar primärt om saluhallsbutikerna i Söderhallarna och Hötorgshallen i Stockholm, säsongsbutiker där kundunderlaget varierar kraftigt under enstaka månader, exempelvis p.g.a. sommargäster, samt butiker nära gränsen till Norge där Coronapandemin gjort att efterfrågan på artiklar som efterfrågas av norska kunder minskat drastiskt. I dessa fall har butikerna fått behålla artiklarna för att vara beredda när gränserna öppnas igen.

¹⁰ De avgörande stegen i framställningsprocessen sker i så pass liten skala att en eller ett fåtal personer varit de enda inblandade i processen och att de följt produkten genom processens alla steg.

- Produkten ska vara jäst, bryggd, destillerad eller mustad på den lokala produktionsadressen.
- Produkten ska innehålla lokala råvaror. Enbart vatten räknas inte som en lokal råvara.
- Produkten ska få sin slutgiltiga karaktär på den lokala produktionsadressen. En artikel som endast etiketteras eller buteljeras lokalt uppfyller inte detta kriterium.

TSLS-artiklar köps in av Systembolaget efter stående offertförfrågan under en begränsad period, för försäljning i mellan en och tio butiker belägna nära TSLS-artikelns produktionsställe. Avtalstiden är tolv månader eller en kortare tid i fall där artikelns försäljning kan förväntas vara starkt kopplad till viss säsong eller om artikeln bara finns i begränsad volym. I samband med avtalsperiodens slut kan avtalet förlängas med tolv månader utan nytt offertförfarande, under förutsättning att förlängning är motiverad utifrån artikelns försäljning i de aktuella butikerna. Offerten granskas av Systembolaget som gör en sensorisk provning, en affärsmässig bedömning av kundefterfrågan relaterad till bl.a. pris, och en kontroll av om produkten har en tydlig säsongsanslutning (jul, påsk etc.). I sådana fall följer avtalstiden det som anges i inköpsvillkoren. Grundkriteriet för vilka artiklar och hur många som köps in är konstaterad kundefterfrågan, alternativt förväntad kundefterfrågan om det gäller nya artiklar, men även då görs en affärsmässig bedömning av efterfrågan relaterad till bl.a. pris. Även butikernas utrymme styr antalet artiklar.

Leverantörer väljer själva om de vill offerera sina produkter till TSLS-sortimentet eller placera dem i beställningssortimentet. Artiklar i TSLS-sortimentet kan inte kvalificera sig för försäljning i det fasta sortimentet medan detta däremot är möjligt för artiklar i beställningssortimentet.¹¹ Liksom artiklar i beställningssortimentet kan emellertid artiklar i TSLS-sortimentet kvalificera sig för lagerföring i butik som *Lokalt Efterfrågat Sortiment* (se ovan) om kundefterfrågan är hög.

Försäljningen av artiklar i TSLS utgjorde 1,0 procent av Systembolagets totala försäljning under januari–september 2023. Den 30 september 2023 fanns det 2 897 TSLS-artiklar vilka utgjorde 71,8 procent av det totala antalet artiklar i det tillfälliga sortimentet.¹²

Utöver butiksdistribution erbjuds alla artiklar i TSLS möjlighet till leverans till en av Systembolagets tre depåer för att bli beställningsbara i hela landet. Tidigare har det saknats regler för utvärdering av TSLS-artiklar som distribuerats via depå. Utvärdering har gjorts baserad endast på försäljning/kundefterfrågan i butikerna, och denna har avgjort omfattningen av eventuell fortsatt distribution till butik (max tio buti-

¹¹ Inga produkter i det tillfälliga sortimentet kan kvalificera sig för försäljning i det fasta sortimentet.

¹² Som en jämförelse kan nämnas att det den 30 september 2014, dvs. en månad efter införandet av TSLS, fanns 461 artiklar i TSLS.

ker). Systembolaget har identifierat ett behov av att genomföra en ändring så att samtliga distributionsvägar speglar efterfrågan hos kunderna. Systembolaget har dessutom noterat att efterfrågan på TSLs-artiklar på senare år ökat väsentligt, liksom antalet nyheter i sortimentet. För att säkerställa plats på depåerna framgent har Systembolaget gjort vissa ändringar i inköpsvillkoren för TSLs-artiklar. Sammanfattningsvis gäller nu följande.

- För alla TSLs-artiklar som lanseras har leverantören möjlighet att välja om artikeln även ska finnas tillgänglig via Systembolagets on-linebutik.
- De tre första månaderna kommer artikeln att finnas som beställningsbar från depå och lagras på Systembolagets depåer, om producenten så önskar.
- Månad fyra sker en utvärdering baserad på försäljningen de tre första månaderna.
- Utvärdering sker sedan löpande månadsvis baserad på de tre senaste månadernas försäljning.
- För att få finnas kvar ska artikeln ha sålt över en viss kvantitet på alla tre depåer sammanlagt.
- Tappad distribution på depå påverkar inte distribution till fysisk butik, utan den utvärderingen görs per butik.
- Artikel som under avtalsperioden haft mycket låg kundefterfrågan och därför inte längre distribueras via depå kan få tillbaka sådan distribution tidigast under nästa avtalsperiod.
- Vid förnyad avtalsperiod för butik kan artikeln, utifrån försäljningen i butik, också återfå plats på depå.

Tillfälligt Sortiment Volym, Tillfälligt Sortiment Tid m.m.

Tillfälligt Sortiment Volym (TSV) och *Tillfälligt Sortiment Tid* (TST) syftar till att ge de mer varuintresserade kunderna ett kontinuerligt utbud av nyheter. Dessa tillfälliga sortiment kan vara begränsade antingen i volym (TSV) eller i tid (TST). Lanseringar inom TSV/TST görs tillsammans med lanseringar av *Tillfälligt Sortiment Volym Exklusiv* (TSE) vid fyra till fem lanseringstillfällen varje månad, och en klar majoritet av lanseringarna är volymbegränsade och avser därmed TSV. Inköpen baseras på offertförfrågningar ställda till alla leverantörer och provning genom blindtester. I offertförfrågan anges både den *volym* som ska köpas in (eller i förekommande fall den *tid* produkten kommer att beställas till butik) och den bidragsgräns som gäller för återinköp (i offertförfrågan hänvisas till Leverantörsportalen för närmare information om bidragsgränser).¹³ Granskning och urval av inskickade offerter görs på

¹³ Artikeln måste genom sin försäljning generera ett visst bidrag för att Systembolaget återigen ska ta in den till försäljning.

ett sätt som till stor del liknar det för det fasta sortimentet, men med tillägget att det i offertförfrågan ibland anges att en "utökad konkurrensmässig bedömning" kommer att göras. Vid en sådan bedömning gör inköparen, som del av den sedvanliga konkurrensmässiga granskningen (bedömning görs av bl.a. pris och kvalitet), även en bedömning av inskickade offerTERS konkurrenskraft med hänsyn tagen till producentens anseende utifrån t.ex. vedertagna källor i branschen. Denna bedömning görs av inkomna offerter relativt varandra. Offertprovning och slutgiltigt urval bland begärda varuprover görs därefter på sedvanligt sätt enligt samma rutiner som för det fasta sortimentet.

Tillfälligt Sortiment Volym Exklusiv (TSE) syftar till att ge Systembolagets mest nyhetsintresserade och initierade kunder ett brett och djupt utbud av exklusiva alkohol drycker. Sortimentet innehåller produkter med starkt begränsad tillgång jämfört med efterfrågan, i högre prislägen. Produkterna har oftast högt internationellt anseende och köps alltid in i begränsad volym, från några enstaka till några få tusental flaskor (för vin). Distributionen varierar från endast lansering på Systembolagets webbplats (s.k. webbsläpp) av de allra mest eftertraktade och begränsade inköpen, till lansering i allt från en till ett femtiotal butiker. Systembolaget ska avropa inköpt volym av TSE-artikel inom ett år fr.o.m. avtalad lanseringsdag.

Därutöver finns också *Tillfälligt Sortiment Säsong (TSS)*, vilket avser artiklar vilkas försäljning är starkt kopplad till viss säsong och som lanseras under en begränsad period, exempelvis glögg, julöl och påsköl. TSS-artiklar köps in av Systembolaget efter offertförfrågan eller grundat på historisk försäljning. Den administrativa processen vid återinköp av TSS-artikel grundat på historisk försäljning har förenklats, varigenom kravet på att leverantören ska inkomma med särskild offert tagits bort. I stället kontaktas berörda leverantörer, vilkas TSS-artiklar är föremål för återinköp, av Systembolaget.

Priset på en TSV-/TST-/TSS-artikel får, inför återinköpet baserat på historisk försäljning, inte höjas med mer än vad som ryms inom normal prisutveckling för liknande produkter, om inte Systembolaget lämnat skriftligt godkännande för en större prishöjning. Skälet är att Systembolaget vill förhindra att en artikel "prisas in" i sortimentet vid den ursprungliga lanseringen. Relevanta faktorer som beaktas vid bedömningen av vad som utgör normal prisutveckling är t.ex. prisutveckling för liknande produkter i Systembolagets sortiment och på andra marknader, skördeförhållanden i aktuell region, årgångsvariationer och valutaförändringar. Dessa faktorer publiceras på Leverantörsportalen tillsammans med en beskrivning av rutinen för kontakt angående större prishöjningar mellan leverantör och Systembolaget.

I syfte att skydda nyhetsvärdet vid återlansering av TSV- eller TST-artikel vid återinköp baserat på historisk försäljning finns ett krav på att en artikel inte får listas i beställningssortimentet om den är föremål för återinköp till TSV eller TST.

3.4 Butiksmodellen

Per den 1 december 2023 fanns det 449 öppna Systembolagsbutiker i Sverige.¹⁴ I varje kommun finns minst en butik. Därutöver fanns vid samma tidpunkt 465 ombud hos vilka det går att beställa och hämta drycker. Ombuden är ofta vanliga butiker och finns på mindre orter där kundunderlaget för att etablera en Systembolagsbutik är för litet. Dryckerna hos ombuden lämnas bara ut under Systembolagets öppettider, och samma försäljningsregler om åldersgräns m.m. för utlämnande av alkoholhaltiga drycker gäller hos ombuden som i Systembolagsbutikerna.

Systembolagets butiker är indelade i sex olika grupper med liknande kundefterfrågan inom respektive grupp. Inom varje grupp finns också olika storlekar på butikerna. Varje butik har en centralt tilldelad sortimentsmix med artiklar från det fasta och det tillfälliga sortimentet. Därutöver finns flera möjligheter att variera sortimentet i varje butik (se avsnitt 2.3 ovan).

För att bättre matcha faktisk butiksyta i det enskilda fallet med den till butiken tilldelade sortimentsstorleken utifrån butiksstorlek (A, B, C, D eller E) har Systembolaget infört tio steg mellan dagens butiksstorlekar. Butikerna hör fortsatt till A/B/C/D/E-storlek men beroende på hur mycket överyta den enskilda butiken har, är butiken tilldelad ytterligare 10–90 procent av nästa sortimentsstorleks sortiment.

Systembolaget kan etablera ett fåtal specialbutiker, dvs. butiker som lagerför ett större sortiment av artiklar för i huvudsak en och samma kategorigrupp (t.ex. öl eller vin). Artiklar i specialbutiker lagerförs och utvärderas i enlighet med samma regelverk som är styrande för andra butiker. Vissa förtydliganden och justeringar av de allmänna inköpsvillkoren har dock genomförts för att Systembolaget ska kunna säkerställa sortimentsbredd, djup och representation av samtliga stilar och ursprung som kan förväntas i en specialbutik.

3.5 Hemleveranser, privatimportservice, beställningstjänster

Hemleveranser

Systembolaget erbjuder en hemleveranstjänst till alla i Sveriges befolkning som bor där det finns en farbar väg och på öar med fast vägverksfärja. Detta innebär att drygt 96 procent av Sveriges befolkning i dag har tillgång till hemleveranstjänsten.

Under januari–september 2023 uppgick värdet av hemleveransförsäljningen till cirka 221,4 miljoner kronor vilket utgjorde cirka 0,6 procent av Systembolagets totala försäljning under perioden.

¹⁴ Utöver dessa 449 butiker fanns tre Systembolagsbutiker, varav en var stängd p.g.a. sanering (Orsa), en var stängd på obestämd tid p.g.a. renovering av hela fastigheten (Söderhallarna i Stockholm), och en var tillfälligt stängd eftersom den bara håller öppet på sommaren (Löttorp).

Privatimportservice

Systembolaget har även en privatimportservice som innebär att Systembolaget, för privatpersoners räkning, kan importera produkter som inte finns i Systembolagets sortiment. Under januari–september 2023 mottog Systembolaget 17 236 förfrågningar om privatimport. Av dessa ledde 12 125 stycken (70 procent) till köp. Försäljningen via Systembolagets privatimportservice uppgick under perioden till cirka 74,5 miljoner kronor vilket utgjorde cirka 0,2 procent av Systembolagets totala försäljning.

Beställningstjänster

Kunder kan beställa produkter på Systembolagets webbplats för uthämtning i valfri Systembolagsbutik, hos ombud eller för hemleverans. Hela Systembolagets sortiment är tillgängligt för beställning via internet, med undantag för artiklar i TSLS som aktuell leverantör valt att inte distribuera via depå. I dagsläget är det dock endast till 69 Systembolagsbutiker som kunder på Systembolagets webbplats kan beställa artiklar som redan lagerförs i butiken.

Försäljningen under januari–september 2023 av artiklar som beställdes via Systembolagets e-beställningstjänst och hämtades ut i butik uppgick till cirka 911,7 miljoner kronor vilket utgjorde cirka 2,6 procent av Systembolagets totala försäljning under perioden. Under samma period noterades ett försäljningsvärde i butik om cirka 214,9 miljoner kronor för kundbeställningar som gjorts vid besök i butik eller per telefon. Nämda summa utgjorde cirka 0,6 procent av Systembolagets totala försäljning.

Försäljningen av artiklar som beställts via e-beställningstjänsten och lämnats ut av ombud uppgick till cirka 423,7 miljoner kronor under perioden vilket utgjorde cirka 1,2 procent av Systembolagets totala försäljning. Försäljningen av artiklar som beställts hos och lämnats ut av ombud uppgick till cirka 55,0 miljoner kronor vilket utgjorde cirka 0,2 procent av Systembolagets totala försäljning.¹⁵

3.6 Finansieringsmodellen¹⁶

Leverantörer bestämmer själva vilka priser de vill tillämpa när de säljer till Systembolaget. Ingen förhandling om priser sker mellan Systembolaget och leverantörer. Systembolaget adderar fasta och rörliga påslag till de av leverantörerna satta priserna, samt alkoholskatt och moms, varefter artiklarna säljs till konsumenterna. Påslagen varierar lite, beroende på dryckeskategori, och ska täcka såväl hanteringskostnader som rörelsekostnader samt avkastningsmål, utan att leda till vinstmaxime-

¹⁵ Beställningar för uthämtning hos ombud görs on-line eller direkt hos ombudet. Vid besök i Systembolagsbutik kan kund inte beställa med andra leveranssätt än för uthämtning i just den butiken. Framöver kommer kund vid sitt besök i butik även kunna beställa för upphämtning i andra butiker eller hos ombud, alternativt med hemleverans.

¹⁶ Tidigare benämnd "prismodellen". Den prismodell som uppdaterades den 1 mars 2017, efter en översyn, hade tillämpats sedan 2006 och de fasta påslagen, dvs. de som avser hanteringskostnader i butik, täckte inte längre de avsedda kostnaderna fullt ut. En detaljerad beskrivning av de förändringar som gjordes 2017 finns i Konkurrensverkets rapport i juni 2017 s. 15–16, och i Konkurrensverkets rapport i december 2017 s. 15–17.

ring. Leverantörerna har möjlighet att ändra sina priser två gånger om året. Leverantörer till artiklar från beställningssortimentet som genomgått sortimentsbyte till det fasta sortimentet har möjlighet att ändra priset efter sex månader från sortimentsskiftet.

De största förändringar som den senaste översynen lett till är följande:

- Fast påslag har justerats från 1,8 kronor *i snitt* till 2,0 kronor.
- Rörligt påslag har justerats från 17,0 procent till 14,7 procent.
- Hyllpriset avrundas alltid uppåt, och ett optimalt inköpspris föreslås för leverantörer. Justeringen innebär att rörligt påslag kan sänkas med ca 0,6 procent.
- Personalkostnader på depå har flyttats från det rörliga påslaget till det fasta påslaget.
- Det fasta påslaget på halvflaskor vin har höjts till samma nivå som helflaskor och boxar.

Ovan nämnda förändringar i finansieringsmodellen trädde i kraft den 1 mars 2023. Efter detta har Systembolaget mottagit synpunkter på att det fasta påslaget för små vinfaskor numera motsvarar påslaget för större vinförpackningar. Anledningen till förändringen är att modellen justerats till att bli helt kostnadsbaserad utan andra hänsyn än faktiska hanteringskostnader, och i dessa fall varierar inte kostnaderna beroende på förpackningsstorlek. Detta har också kommunicerats till leverantörerna.

Systembolaget har som målsättning att göra en översyn av finansieringsmodellen vart tredje år.

3.7 Affärssystem

Systembolagets affärssystem innebär dels att leverantörens artikelinformation hämtas digitalt via tjänsten Validoo Item, dels att dryckesfakturorna är digitaliserade. Frågor från leverantörer gällande förändringen av affärssystemet hanteras av Systembolagets inköpssupport med hjälp av GS1:s kundtjänst.¹⁷

3.8 Hållbarhetsarbete

Åtagande om halverad klimatpåverkan till 2030

Systembolaget har beslutat om vetenskapligt baserade klimatmål som bl.a. innebär att klimatpåverkan från Systembolagets hela värdekedja ska ha minskat med 50

¹⁷ GS1 är en global standardiseringsorganisation.

procent 2030 jämfört med 2019. Systembolaget har ansökt om att få klimatmålen godkända av the Science Based Targets initiative (SBTi). Arbetet med att ta fram en metodik för hur Systembolaget ska mäta och följa förändringar av klimatpåverkan över tid fortsätter. Uppdraget görs med stöd av externa konsulter och experter och med representanter från leverantörskedjan.

Under september 2023 inleddes en första pilotstudie i syfte att påbörja insamling av klimatdata från odling och produktion avseende produkter i Systembolagets sortiment. I piloten ingår färre än 10 artiklar ur olika produktkategorier. Syftet är att verifiera och justera den mall av frågor kring s.k. aktivitetsdata som är planerad att användas i stor skala framöver. Studien planeras vara klar före årsskiftet.

En andra, större, pilotstudie med cirka 80-100 produkter planeras till i början av 2024. Syftet med den är att testa skalbarheten på arbetet genom dels en större bredd av ursprung, dels en större bredd av drycker som tillverkas med olika produktionsmetoder. Pilotstudien förväntas ge värdefulla insikter inför val av systemstöd och resursbehov innan rapportering av klimatdata från odling och produktion implementeras permanent.

Förbud mot användning av tyngre engångsglasflaskor

På förpackningsområdet är det engångsglasflaskor som står för den enskilt största klimatpåverkan. I syfte att bidra till minskade koldioxidutsläpp orsakade av tyngre engångsglasflaskor, har Systembolaget beslutat att artiklar som saluförs i engångsglasflaskor i Systembolagets sortiment omfattas av förbud mot fortsatt försäljning (i) om de överstiger maxvikterna i nedanstående tabell och (ii) om deras försäljningsvolym under rullande 12 månader genererat ett schablonberäknat koldioxidutsläpp om fem ton eller mer. Förbudet gäller samtliga sådana artiklar som buteljerrats/tappats i engångsglasflaska efter den 1 mars 2024.

Det totala koldioxidutsläppet beräknas utifrån ett schablonvärde som omräknas för aktuell flaskvikt och därefter multipliceras med antalet sålda flaskor. Aktuellt schablonvärde finns publicerat på Leverantörsportalen tillsammans med ett verktyg som leverantörer kan använda för att räkna ut hur många flaskor av olika vikter som genererar fem ton koldioxid.¹⁸ I syfte att säkerställa att det för alla marknader är möjligt att använda likvärdigt glas som inte överskrider maxvikterna har Systembolaget diskuterat maxvikterna med branschrepresentanter.

Systembolaget beslutar om säljstopp eller avlistning av artiklar som omfattas av det beskrivna förbudet. Genom denna modell kan berörda leverantörer välja mellan att begränsa försäljningen (om det är förenligt med inköpsavtalet för artikeln), sänka flaskvikten, och byta förpackningstyp.

¹⁸ Aktuellt schablonvärde är 0,938 kg koldioxid per kg glas.

Flaskvolym (ml)	Maxvikt (gram) Öl, sprit, stilla vin, cider & blanddryck (inkl. motsvarande alkoholfria drycker)	Maxvikt (gram) Mousserande vin (inkl. alkoholfritt mousserande vin)
200	360	395
250	360	
330	435	
350	470	
375	470	575
500	575	
700	750	
750	750	950
1000	910	
1500	1 190	1900

Källa: Systembolaget.

Artiklar med engångsglasflaska vars vikt motsvarar eller understiger angivna maxvikter, och artiklar med tyngre engångsglasflaskor men vars försäljning under rullande 12 månader genererat ett schablonberäknat koldioxidutsläpp understigande fem ton, omfattas inte av förbudet.

Systembolaget uppger att maxvikterna och koldioxidgränserna kommer att sänkas successivt, men det finns i dagsläget inga beslut om när detta ska ske eller vilka de nya nivåerna kommer att bli.

Systembolaget har mottagit synpunkter på kravet på förbud mot användning av tyngre engångsglasflaskor vid uppnådda gränsvärden. Synpunkterna har handlat om enskilda artiklar med flaskor vars vikt överskrider gränsvärdena och där producenten har ett större innevarande lager av flaskor som bedöms räcka bortom den 1 mars 2024. Systembolaget ger dispens utifrån befintliga lager när detta begärs av leverantör, bl.a. under förutsättning att leverantör kan redovisa när artikeln kan levereras i en lättare flaska. Anledningen till att Systembolaget beslutat att medge dispenser är att det inte vore bättre ur ett klimat- och hållbarhetsperspektiv att en redan producerad flaska behöver krossas. Per den 3 november 2023 hade fem artiklar beviljats dispens.

Under hösten 2023 har ett arbete påbörjats som syftar till att Systembolaget på sikt ska kunna ersätta schabloner per förpackningsslag med mer specifika data baserade på aktivitetsdata från individuella förpackningstillverkare.

Miljökrav i leverantörskedjan

Systembolaget arbetar kontinuerligt med att kartlägga status och efterlevnad av miljökrav i leverantörskedjan. Sammanfattningsvis innebär dessa krav att leverantör ska:

- Göra en miljöutredning över sin egen verksamhet och utforma en miljöpolicy i linje med den mest betydande miljöpåverkan.
- Upprätta mål och handlingsplaner för att minska sin negativa miljöpåverkan, samt följa upp effekten av genomförda åtgärder.
- Utvärdera och ständigt förbättra miljöarbetet, exempelvis genom uppdaterade mål och handlingsplaner m.m.
- Att föra en aktiv dialog med producentledet kring frågor som rör miljöpåverkan i odling och produktion.
- Att undersöka alternativa transport- och logistiklösningar från producent till Sverige för att om möjligt prioritera mindre klimatbelastande alternativ.

Resultatet av en leverantörsenkät där ovanstående krav ingick som en fråga redovisades på en leverantörsträff i december 2022, och under februari 2023 höll Systembolaget Öppet Hus i syfte att tillhandahålla extra stöd i arbetet med att säkerställa efterlevnad av inkösvillkoren kopplade till miljö och mänskliga rättigheter. Samtliga leverantörer har under året inkommit med tidsatta handlingsplaner. Med anledning av delvis förändrade roller och personalomsättning efter slutförd omorganisation har Systembolaget inte genomfört någon uppföljning av handlingsplanerna under 2023. Under 2024 kommer Systembolaget att göra en översyn av frekvens och metod för uppföljning och kontroll av efterlevnad av inkösvillkor kopplade till miljö och mänskliga rättigheter.

Tilläggsbudskapet "Våra mest hållbara drycker" (tidigare "Hållbart Val")

Konkurrensverket har tidigare rapporterat om Systembolagets tilläggsbudskap "Hållbart Val", som började implementeras den 1 mars 2022 och som bytte namn till "Våra mest hållbara drycker" den 1 juni 2023. Vid bedömningen av om en artikel ska få budskapet "Våra mest hållbara drycker" utgår Systembolaget från följande tre kriterier: (i) miljöcertifierad odling och produktion, (ii) förpackning med lägre klimatavtryck och (iii) godkänt resultat i Systembolagets analys av arbetsvillkor i odling och produktion. Systembolaget har satt kraven utifrån en nivå som man anser gör en skillnad utifrån ett hållbarhetsperspektiv. För att säkra likabehandling av produkter och leverantörer har Systembolaget varit mån om att använda kriterier som är transparenta, objektiva och relevanta.

Konkurrensverket har tidigare mottagit ett klagomål rörande "Hållbart Val"/"Våra mest hållbara drycker" gällande att budskapet var möjligt endast för artiklar i det fasta sortimentet.¹⁹ Inom ramen för sitt löpande övervakningsuppdrag rörande detaljhandelsmonopolet har Konkurrensverket ställt frågor till Systembolaget om tilläggsbudskapet, avseende bl.a. ansökningsprocessen, hur artiklar med budskapet

¹⁹ Se Konkurrensverkets rapport i oktober 2022, s. 37–39.

presenteras för konsumenterna och hur ofta artikelurval görs.²⁰ Konkurrensverket har också begärt in data från Systembolaget och gjort en studie avseende försäljningen av artiklar inom gruppen vin under perioden 1 mars 2021–28 februari 2023.²¹ Resultatet av studien presenterades i Konkurrensverkets rapport i juni 2023.

Från och med sortimentsskiftet i september 2023 är det möjligt även för artiklar i beställningssortimentet och det tillfälliga sortimentet att ansöka om och få tilläggsbudskapet "Våra mest hållbara drycker". Per den 30 september 2023 hade 308 artiklar i det fasta sortimentet fått detta budskap.²² Vid samma tidpunkt hade 13 artiklar i beställningssortimentet och fyra artiklar i det tillfälliga sortimentet ansökt om och bedömts för budskapet, varvid sju i beställningssortimentet och två i det tillfälliga sortimentet fått den.

Konkurrensverket fortsätter att bevaka utvecklingen vad gäller "Våra mest hållbara drycker".

Systembolagets Hållbarhetsplattform²³

Hållbarhetsplattformen syftar till att öka spårbarheten och transparensen i Systembolagets leverantörskedja och till att utgöra grunden för en bättre uppföljning vad avser efterlevnad av Systembolagets hållbarhetskrav i leverantörsledet.

Systembolagets leverantör av Hållbarhetsplattformen har lanserat en ny förbättrad plattform, och under hösten 2023 skedde en migrering till den nya plattformen. Övergången och introduktionen för användarna (dryckesleverantörer och producenter) beräknas vara slutligt genomförd innan årets slut. Därefter ska en inventering av den rapporterade informationen i plattformen påbörjas med fokus på förekommande certifieringar, och verifikation av inlämnade uppgifter. Syftet är att ytterligare höja kvaliteten och träffsäkerheten i riskanalysen och det uppföljningsarbete som riskanalysen ger upphov till.

På grund av brister i förberedelsearbetet hos berörda parter i leverantörskedjan har inga hållbarhetsrevisioner kunnat utföras under året. Däremot har Systembolaget påbörjat en översyn av processen för planering, kommunikation och genomförande av hållbarhetsrevisioner.

Den 13 oktober 2023 fanns 3 058 registrerade artiklar i Hållbarhetsplattformen. Av dessa var 1 758 artiklar helt kartlagda, dvs. de har både en faktisk producent och minst en odlare registrerade. Det innebär att cirka 57 procent av alla registrerade artiklar är helt kartlagda. Antalet aktiva artiklar uppdateras dagligen.

²⁰ Se Konkurrensverkets rapport i oktober 2022, s. 25–26.

²¹ Det stora flertalet "Hållbart Val"-märkta artiklar finns inom kategorin vin.

²² Samtliga artiklar i det fasta sortimentet bedöms.

²³ Hållbarhetsplattformen har beskrivits i Konkurrensverkets tidigare rapporter, se t.ex. rapporten i december 2020.

Human Rights

Den riskidentifiering och riskanalys som görs med hjälp av Hållbarhetsplattformen bygger på insikter från den översyn som Systembolaget tidigare gjort för att säkerställa att arbetet med t.ex. inköp och riskanalys ligger i linje med FN:s vägledande principer och OECD:s modell. Översynen visade bl.a. att Systembolagets ställning som stor köpare i branschen ger stora möjligheter att tillsammans med andra aktörer åtgärda potentiella människorättskränkningar.

Under 2023 har Systembolaget låtit utforma en standardiserad metod för Human Rights Impacts Assessments (HRIA), vilken syftar till att identifiera, bedöma och prioritera risker och kränkningar av mänskliga rättigheter i värdekedjan. Den tar även höjd för miljöaspekter i odling och produktion. Kommande utvärderingar med metoden syftar till att visa på vilka sätt Systembolaget har någon påverkan på arbetsvillkor och ett bredare spektrum av mänskliga rättigheter samt på lokalsamhällen för olika ursprung alternativt dryckeskategorier. För närvarande pågår utvärdering av det valda ursprunget Kalifornien, USA, där fältstudier under mer aktiva perioder av odling och produktion genomförs för att säkerställa att arbetstagare är på plats för bl.a. intervjuer. På grund av kraftigt försenad skörd m.m. kommer HRIA inte att kunna fullföljas före årsskiftet 2023/2024. Dock har en handlingsplan tagits fram, vilken baseras på potentiella risker som berör bl.a. rekrytering av särskilt sårbara grupper av arbetstagare som sker via bemanningsföretag. Arbetet beräknas fortsätta under det första kvartalet 2024.

Systembolaget har mottagit synpunkter och klagomål gällande införandet av "Arbetstagarinvolvering" som ytterligare en form av "Hållbarhetsuppföljning".²⁴ Arbetstagarinvolvering bör enligt synpunkterna/klagomålen utgöra det sista tillämpbara verktyget för hållbarhetsuppföljning och alltid föregås av en amfori-revision. Skälen för dess användning, och konsekvenserna, behöver enligt synpunkterna/klagomålen klargöras. Tidsfristen för inkommande av åtgärdsplan bör enligt synpunkterna förlängas till 30 alternativt 60 dagar (från nuvarande 15 dagar), vilket motsvarar tidsfristerna för övriga verktyg för hållbarhetsuppföljning. Vidare har Systembolaget mottagit frågor om hur anonymitet och skydd för repressalier för de enskilda arbetstagarna säkerställs samt vilka som får ta del av resultaten av genomförd hållbarhetsuppföljning. Systembolaget analyserar för närvarande dessa synpunkter och har en pågående dialog med branschföreningen. Systembolaget har ännu inte beslutat om eventuella justeringar av inköpsvillkoren med anledning av synpunkterna/klagomålen.

Systembolaget har därutöver mottagit synpunkt på vilka certifieringar som kan ge prioriterade positioner för "Etiskt märkt" vid rankingen av artiklar i fast sortiment. Systembolaget har svarat att det i dagsläget är certifieringarna "FairTrade" och "FairForLife" som kan ge sådan prioritering. Motiveringen är att det i dagsläget inte finns någon ytterligare certifiering som ger samma nivå av kontroll av arbetsförhållanden och också en ekonomisk fördel för arbetarna hos producenten. Systembola-

²⁴ Regleras i Bilaga 16 till Systembolagets allmänna inköpsvillkor.

get kan tillåta ytterligare certifieringar som grund för prioritering i framtiden, men endast om de visar samma eller högre nivå av socialt och ekonomiskt ansvarstagande.

Högriskartiklar – implementering av ny process och nya krav

Alla artiklar i Systembolagets fasta sortiment följs upp systematiskt i Systembolagets hållbarhetsuppföljning, men för artiklar i beställningssortimentet och det tillfälliga sortimentet saknas i dag en proaktiv uppföljning. Genom en ny process vill Systembolaget säkerställa att odlare och producenter för artiklar även i dessa sortiment lever upp till Systembolagets uppförandekod utifrån arbetsvillkor, mänskliga rättigheter och miljö. Insatser har påbörjats där Systembolaget identifierat de största riskerna för brott mot uppförandekoden, och Systembolaget utgår här från landsrisk vid definition av högriskartikel. För att identifiera landsrisk använder Systembolaget data från sin egen *Human Rights Due Diligence*-analys och data från *Verisk Maplecroft*. I dagsläget är följande s.k. högriskländer, dvs. länder med framträdande risker utifrån ursprung eller utifrån HRDD-analys, representerade i sortimentet: Eritrea, Haiti, Indien, Kina, Libanon, Marocko, Nigeria, Turkiet och Venezuela. Systembolaget har hållit obligatoriska utbildningar för leverantörer som har artiklar från något av dessa nio länder, och även individuella "lanseringssamtal" med leverantörer som lanserar nya artiklar från något av de identifierade riskländerna, tillsammans med berörd inköpare. Samtalen och utbildningen har enligt Systembolaget varit uppskattade.

Som ett led i det arbetet testar Systembolaget ett telefonverktyg som heter &Wider. Verktöget samlar in information direkt från arbetstagare via telefon och reflekteras sedan anonymt till producenten. Systembolaget har tidigare testat verktöget i Sydafrika med goda resultat och vill nu se hur det fungerar i övriga delar av världen. Systembolaget ska använda informationen för att se om arbetet i leverantörskedjan kan vidgas på olika sätt. Exempelvis skulle informationen kunna användas som komplement till revisioner och för ökad riskanalys. Ingen producent har hittills frivilligt anmält sig till "The Listening to workers programme" i USA. För Spanien är intresset något större. Systembolaget hade hoppats att fler producenter och leverantörer sett nyttan av att själva få kunskap direkt från arbetstagarna som arbetar inom odling och produktion i form av ett enkelt verktyg, i linje med CSDDD (Corporate Sustainability Due Diligence Directive). Riskerna i USA kvarstår och Systembolaget ser över nya sätt att adressera dessa risker.

4 Klagomål och synpunkter på Systembolaget, ärenden i Alkoholsortimentsnämnden m.m.

4.1 Klagomål till Konkurrensverket

Möjlighet för konsumenter att söka på druvsort

Det har tidigare framförts synpunkter på att det i Systembolagets on-linebutik inte var möjligt att använda filtersökning på druvsort för artiklar i beställningssortimentet. Systembolaget har nu öppnat upp möjligheten för artiklar i beställningssortimentet att ingå i druvsök på Systembolagets webbplats och i Systembolagets app. Fr.o.m. den 1 maj 2023 registrerar Systembolaget druvsort när fältet "druva" är ifyllt i leverantörens offert till beställningssortimentet. Systembolaget har också startat arbetet med att lägga till information om druva på artiklar som skapats före den 1 maj 2023. För artikel i beställningssortimentet där leverantören redan tidigare tillhandahållit information om druva började Systembolaget tillgängliggöra denna information för kundsök under sommaren 2023. För befintliga artiklar i beställningssortimentet där Systembolaget idag saknar information om druva, kan leverantör fylla i druvsort i offerten vid årgångsbyte. Uppgifterna kommer att läggas upp löpande på Systembolagets webbplats. Information om detta publicerades på Leverantörsportalen i april 2023.

Per den 30 oktober 2023 hade Systembolaget totalt 10 387 artiklar i beställningssortimentet inom kategorierna rött vin, vitt vin, rosévin och mousserande vin. Av dessa hade 5 666 druvinformation vilket innebär att 55 procent av de artiklar i beställningssortimentet som kan ha druva har denna uppgift registrerad och sökbar för kund.

Foton på artiklar i beställningssortimentet

Konkurrensverket har mottagit ett klagomål från en leverantör avseende att fotografiet på en av leverantörens artiklar i beställningssortimentet inte godkännts för publicering på Systembolagets webbplats eftersom bilden i ett visst avseende inte följer Systembolagets riktlinjer för bildmanér av produktbilder.²⁵ Skriftväxling har skett mellan leverantören och Systembolaget angående detta, varvid Systembolaget anfört att man har riktlinjer för hur produktbilder ska presenteras för att ge en rättvis och korrekt bild av hur produkten visas digitalt, på samma sätt som i butik. Riktlinjerna har tidigare frångåtts avseende artiklar i beställningssortimentet, men eftersom Systembolaget inte ansåg att resultatet blev bra har riktlinjerna uppdaterats och kommunicerats till Systembolagets avtalade fotografer och leverantörer.

Det är obligatoriskt att ha en produktbild för artiklar i det fasta sortimentet, medan det är frivilligt när det gäller produkter i beställningssortimentet. Systembolaget tillhandahåller fotografering för artiklar i det fasta och även det tillfälliga sortimentet, men inte för artiklar i beställningssortimentet. Via en tjänst hos Validoo har

²⁵ Dnr 648/2023.

leverantörer av artiklar i beställningssortimentet dock möjlighet att på egen bekostnad tillse att Systembolaget erhåller en produktbild för publicering i on-line-butiken.

Systembolaget har fått yttra sig över klagomålet och anför att det fasta sortimentet och beställningssortimentet skiljer sig åt i vissa avseenden, exempelvis i inköpsätt och uppföljning. Vidare har Systembolaget hänvisat till att man tillhandahåller foto-grafering för artiklar i det fasta sortimentet, där sådana bilder är obligatoriska, men inte för artiklar i beställningssortimentet, där sådana bilder är frivilliga.

Ärendet är under handläggning hos Konkurrensverket.

4.2 Alkoholsortimentsnämnden

Alkoholsortimentsnämnden har till uppgift bl.a. att överpröva Systembolagets beslut genom vilka Systembolaget avvisat en offert eller avfört en alkoholdryck ur sitt sortiment. Under perioden 1 januari – 30 september 2023 registrerade Alkoholsortimentsnämnden sju överklaganden. Beslut fattades i åtta ärenden under perioden.

I fem fall avslog nämnden överklagandet med motiveringen att den aktuella offer-ten inte var korrekt och fullständigt ifylld. I ett fall avslog nämnden överklagandet med motiveringen att det inte framkommit något som tyder på att Systembolaget vid granskningen skulle ha frångått de rutiner som Systembolaget har utarbetat avseende inköpsprocessen för Tillfälligt Sortiment Volym eller att det skulle ha tagits ovidkommande hänsyn eller förekommit andra fel vid granskningen. I ett fall avvisade nämnden överklagandet med motiveringen att det överklagade beslutet inte var ett sådant beslut att avvisa eller avföra en produkt som nämnden ska prö-va. I ett fall avskrev nämnden överklagandet sedan den klagande återkallat det.

5 Gårdsförsäljning och privat e-handel

5.1 Gårdsförsäljning

Försäljning av starköl, vin och spritdrycker direkt från tillverkare till konsument, allmänt benämnd gårdsförsäljning, har under flera år debatterats och utretts. I december 2010 presenterades ett förslag enligt vilket gårdsförsäljning skulle tillåtas under vissa förutsättningar.²⁶ I september 2012 framförde ansvarigt statsråd att regeringen beslutat att det inte skulle bli någon gårdsförsäljning av alkoholdrycker enligt utredningsförslaget. I december 2014 beslutade regeringen att avsluta beredningen utan att lämna något förslag. I februari 2016 meddelade det ansvariga statsrådet i en interpellationsdebatt i riksdagen att regeringens inställning var att inte tillåta gårdsförsäljning.²⁷

I november 2020 fattade regeringen beslut om att återigen tillsätta en utredning om gårdsförsäljning av alkoholhaltiga drycker.²⁸ Utredningen slutförde sitt uppdrag och överlämnade ett betänkande till regeringen i början av december 2021.²⁹ Sammanfattningsvis föreslog utredningen att gårdsförsäljning av alkoholdrycker ska tillåtas under vissa förutsättningar. Konkurrensverket har i tidigare rapporter redogjort för utredningsdirektiven och resultaten av denna utredning, samt även för remissinstansernas synpunkter.³⁰

Regeringen meddelade i september 2023 att man arbetar med att ta fram ett lagförslag för att möjliggöra gårdsförsäljning. Förslaget kommer att innehålla begränsningar som är nödvändiga för att upprätthålla detaljhandelsmonopolet. Innan en lagändring kan ske ska förslaget anmälas hos kommissionen. Regeringen bedömer att lagändringen kan träda i kraft i början av 2025, men det förutsätter en EU-process som inte drar ut på tiden.

5.2 Privat e-handel

EU-domstolens dom i det s.k. Rosengrenmålet 2007 ledde till att vissa ändringar gjordes i den dåvarande svenska alkohollagen. Den 1 juli 2008 klargjordes i nämnda lag att det är tillåtet för privatpersoner i Sverige som fyllt 20 år att köpa alkoholdrycker från ett annat land inom EES-området och föra in dessa till Sverige "genom yrkesmässig befordran eller annan oberoende mellanhand" om dryckerna är avsedda för dennes eller dennes familjs personliga bruk.³¹

²⁶ "Gårdsförsäljning", delbetänkande av Utredningen om vissa alkoholfrågor (SOU 2010:98).

²⁷ Protokoll 2015/16:68 tisdagen den 23 februari 2016 (www.riksdagen.se).

²⁸ Dir 2020:118.

²⁹ "En möjlighet till småskalig gårdsförsäljning av alkoholdrycker", betänkande av Gårdsförsäljningsutredningen (SOU 2021:95).

³⁰ Konkurrensverkets rapport i oktober 2022.

³¹ Bestämmelsen finns även i nuvarande alkohollag.

Den del av den totala alkoholkonsumtionen i Sverige som härrör från e-handel utanför Systembolagskanalen är liten. De senaste fem åren har den varierat mellan 1,3 och 2,0 procent (se avsnitt 6.1.2 nedan).³² Det finns dock en rad företag i Sverige som erbjuder konsumenter i Sverige att beställa alkoholdrycker via internet och få dessa levererade hem eller till olika utlämningsställen. Regelverket kring sådan privat e-handel har under en längre tid ansetts svårtolkat, och rättsläget därmed något oklart, trots olika utredningar som gjorts.^{33 34}

Konkurrensverket har i tidigare rapporter till kommissionen utförligt redogjort för Systembolagets domstolstvister med e-handelsföretagen Winefinder AB och dess danska dotterbolag Winefinder ApS (tillsammans "Winefinder"), samt det danska företaget Vivino ApS ("Vivino") som är ett dotterbolag till det amerikanska bolaget Vivino Inc.³⁵ Winefinder och Vivino erbjuder privatpersoner i Sverige att beställa vin och öl via internet och få det levererat till sin hemadress. Systembolaget hade yrkat att såväl Winefinder som Vivino skulle förbjudas att marknadsföra alkoholhaltiga drycker för försäljning till konsumenter i Sverige, där leverans sker i Sverige genom Winefinder/Vivino, genom av Winefinder/Vivino anlita transportör eller av transportör som direkt eller indirekt förmedlats av Winefinder/Vivino eller genom deras försorg, eller där försäljningen på annat sätt utgör detaljhandel av alkoholhaltiga drycker i Sverige – en verksamhet som Systembolaget har laglig ensamrätt till.

I en dom i juni 2022 slog Patent- och marknadsöverdomstolen (PMÖD) fast att Winefinders försäljning on-line med leverans av alkoholdrycker till konsumenter i Sverige inte utgör detaljhandel i Sverige, utan försäljningen sker från Danmark.³⁶ PMÖD utgick vid sin bedömning från unionsrättens och e-handelslagens bestämmelser om fri rörlighet, och fann därvid att det danska bolaget varit etablerat enbart i Danmark. PMÖD ansåg inte att det visats att Winefinderbolagen vidtagit åtgärder och bedrivit försäljningsverksamhet i Sverige i strid med alkohollagens bestämmelser. Det fanns därför inte förutsättningar att meddela ett marknadsföringsrättsligt vitesförbud mot Winefinderbolagen.

Systembolaget överklagade domen och beviljades prövningstillstånd av Högsta domstolen som i juli 2023 fastställde PMÖDs domslut.³⁷ Efter Högsta domstolens avgörande har Systembolaget återkallat sin talan mot Vivino eftersom den centrala rättsfrågan var densamma i de båda rättsfallen.

³² I detta sammanhang avses privatpersoners köp av alkoholdrycker via internet från andra än Systembolaget.

³³ "Privat införsel av alkoholdrycker – tydligare regler i konsekvens med svensk alkoholpolitik", betänkande av Alkoholleveransutredningen (SOU 2014:58). Konkurrensverket redogjorde detaljerat för betänkandet i sin rapport i december 2014.

³⁴ Departementspromemorian "Reglering av distanshandel med alkoholdrycker" (Ds 2016:33).

³⁵ Se Konkurrensverkets rapport i juni 2023, s. 29–33.

³⁶ Patent- och marknadsöverdomstolens dom 2022-06-14 i mål nr PMT 13055-20.

³⁷ Högsta domstolens dom 2023-07-07 i mål nr T 4709-22.

Konkurrensverket mottog, efter Högsta domstolens dom, ett klagomål från ett svenskt gårdsbryggeri som anser att domen ger europeiska företag konkurrens-
mässiga fördelar gentemot svenska företag eftersom den klargör att europeiska
företag har rätt att bedriva e-handelsförsäljning av alkoholhaltiga varor till konsu-
menter i Sverige medan svenska företag nekas denna möjlighet. Enligt klagomålet
är den uppkomna situationen att betrakta som en form av diskriminering baserad
på nationalitet. Vidare ger domen också enligt klagomålet konkurrensfördelar till
större svenska företag, vilka kan kringgå den svenska alkohollagen genom att starta
dotterbolag i andra EU-länder och bedriva e-handelsförsäljning av alkoholvaror till
konsumenter i Sverige därifrån – något som mindre svenska företag sannolikt sak-
nar ekonomiska förutsättningar för. Enligt klagomålet agerar Systembolaget dels i
strid med 2 kap. 7 § konkurrenslagen (2008:579) genom att neka svenska företag
möjligheten till direktförsäljning via e-handel, dels i strid med 2 kap. 1 § konkur-
renslagen genom att tillåta europeiska företag att bedriva e-handel med alkohol-
varor till konsumenter i Sverige medan svenska företag nekas denna möjlighet.³⁸

Klagomålet kommunicerades till Systembolaget som anförde att frågan huvudsak-
ligen rörde effekter av utformningen av lagstiftningen angående distansförsäljning
av alkoholdrycker från annat EU-/EES-land (som denna lagstiftning tolkats av Hög-
sta domstolen i ovan nämnda mål) och andra effekter av den svenska alkoholreg-
leringen.

Konkurrensverket skrev av ärendet. Konkurrensverket konstaterade i sitt beslut att
de två nämnda materiella förbuden i konkurrenslagen är tillämpliga enbart på före-
tag respektive sammanslutningar av företag, där företag avser en fysisk eller juri-
disk person som bedriver verksamhet av ekonomisk eller kommersiell natur, dock
inte till den del verksamheten består i myndighetsutövning. Eftersom Högsta dom-
stolens dom inte utgör ett avtal mellan företag och inte heller är ett utflöde av ett
företags agerande är konkurrenslagen inte tillämplig.³⁹

I media har Högsta domstolens dom gett upphov till frågor om eventuellt behov av
förtydligad lagstiftning kring gränsöverskridande distanshandel med alkoholdryc-
ker samt om hur tillsynen ska hanteras i framtiden. Synpunkter har framförts avse-
ende att lagstiftaren måste bedöma om ytterligare åtgärder krävs för att upprätt-
hålla syftet med det svenska alkoholmonopolet.⁴⁰ Samtidigt har synpunkter fram-
förts om att domen inte kommer att innebära något hot mot Systembolagets
existens.⁴¹

³⁸ Enligt 2 kap. 7 § konkurrenslagen är missbruk av ett eller flera företags sida av en dominerande ställning på
marknaden förbjudet. Enligt 2 kap. 1 § konkurrenslagen är avtal mellan företag som har till syfte eller effekt att
hindra, begränsa eller snedvräta konkurrensen på marknaden på ett märkbart sätt förbjudna.

³⁹ Dnr 508/2023.

⁴⁰ Se t.ex. [Winefinder vann i HD - oro för Systemets framtid \(vk.se\)](#).

⁴¹ Se t.ex. [Professorns analys av Winefinderdomen: Den utgör inget hot mot monopolet | SVT Nyheter](#).

6 Alkoholkonsumtionen i Sverige

6.1 CAN:s rapportering

CAN (Centralförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning) har sedan 2013 i uppdrag att löpande följa alkoholkonsumtionen i Sverige inom ramen för de s.k. Monitormätningarna. Kartläggningen bygger på en beräkningsmodell som utgår från statistik över *registrerad* alkoholförsäljning (Systembolaget, restauranger och folköl i livsmedelsbutiker) samt skattningar av *oregistrerad* alkoholförsäljning (privatinförsel, smuggling, hemtillverkning och e-handel utanför Systembolaget).

Skattningarna av den oregistrerade alkoholen görs med hjälp av frågeundersökningar riktade till ett representativt urval av befolkningen mellan 17 och 84 år. Dessa personer blir intervjuade per telefon om sina alkoholinköp de senaste 30 dagarna. Som ett komplement erbjuds respondenter med mobiltelefon att besvara frågorna via ett digitalt formulär. Totalt genomförs cirka 18 000 intervjuer per år.

Den totala alkoholkonsumtionen⁴²

Under 2022 konsumerades, enligt siffror från CAN, i genomsnitt 8,8 liter ren alkohol per invånare 15 år och äldre. Den totala konsumtionen av alkoholdrycker ökade med 1,5 procent under 2022 jämfört med 2021. Jämfört med 2019 var det dock en minskning med 2,0 procent.

Den registrerade delen av försäljningen uppgick till ungefär 85 procent av den totala konsumtionen 2022, vilket kan jämföras med cirka 88 procent 2021. Systembolagets andel av den totala konsumtionen av alkoholdrycker 2022 uppgick till cirka 70 procent, vilket kan jämföras med cirka 75 procent 2021.

Den totala konsumtionen av alkoholdrycker i Sverige under åren 2020, 2021 respektive 2022 fördelades enligt CAN på olika kanaler enligt följande (baserat på konsumtion omräknad till liter ren alkohol per invånare 15 år och äldre).

Försäljningskanal	Andel 2020	Andel 2021	Andel 2022
Systembolaget	76%	75%	70%
Restauranger	7%	8%	11%
Folköl	5%	5%	4%
Resandeförsel	5%	4%	8%
Smuggling	3%	4%	2%
Hemtillverkning	2%	2%	3%
Internet	2%	2%	2%
SUMMA	100%	100%	100%

⁴² Källa: "Alkoholkonsumtionen i Sverige 2001–2022" (CAN Rapport 221).

E-handeln med alkoholdrycker

Mätningar av e-handeln med alkoholdrycker har gjorts sedan 2006. CAN:s beräkningar ger vid handen att e-handels volym (liter ren alkohol per invånare 15 år och äldre) respektive andel av den totala alkoholkonsumtionen sett ut enligt följande de tio senaste åren.⁴³

År	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Volym	0,19	0,13	0,10	0,12	0,12	0,11	0,10	0,16	0,20	0,17
Andel	1,9%	1,4%	1,1%	1,3%	1,3%	1,2%	1,2%	2,0%	2,0%	2,2%

Källa: CAN⁴⁴

⁴³ Vissa siffror skiljer sig något från siffror i Konkurrensverkets tidigare rapporter till kommissionen. Detta beror på ändrade mätmetoder hos CAN jämfört med hos SoRAD, som tidigare utförde mätningarna, och även på ny metodik hos CAN.

⁴⁴ Källa: "Alkoholkonsumtionen i Sverige 2001–2022" (CAN rapport 221). I detta sammanhang avses privatpersoners köp av alkoholdrycker via internet från andra aktörer än Systembolaget. Siffrorna är beräknade på volym, omräknat till liter ren alkohol.



Adress 103 85 Stockholm
Telefon 08-700 16 00
konkurrensverket@kkv.se

www.konkurrensverket.se